



Ficha PRODUCTO-DESTINO

Sector arrocero

Setiembre 2016



Contenido

Generalidades del producto.....	2
Características del mercado peruano	2
Características del sector	2
Intercambio comercial de Perú con el mundo	3
Intercambio comercial de Perú y Uruguay.....	4
Empresas importadoras peruanas	5
Precio promedio de referencia	5
Principales puntos de ingreso a Perú.....	6
Precios de fletes internacionales	6
Empresas de transporte internacional de mercadería entre Uruguay y Perú	6
Arancel	7
Tributación	8
Requisitos de acceso al mercado	9
Ambiente de negocios.....	9
Etiquetado.....	10
Almacenes generales de depósito	11
Canales de distribución	11
Ferias internacionales	12
Páginas web de interés	12

Generalidades del producto

En la presente ficha analizaremos las partidas y sub partidas correspondientes al arroz.

Su clasificación arancelaria es 1006- Arroz

Es relevante mencionar que si bien Uruguay no importa desde Perú tal producto, si lo exportamos; incluso somos el principal país que concentra las importaciones de arroz de Perú.



Características del mercado peruano

Su PBI se compone por sector en servicios (58,5%), industria (34,5%) y la agricultura (7%).

Dentro de la región es una de las economías con más rápido crecimiento anual, lo cual ha sido impulsado por la promoción y la diversificación de la oferta exportable, el alza de los precios mundiales de los “commodities” y políticas de mercado favorables a los inversionistas.

El Banco Mundial lo definió en 2015 como el segundo país con mayor facilidad para hacer negocios de America Latina y el Caribe; ubicándose en el puesto 50 de 189 economías.

Su economía esta totalmente dolarizada, se puede pagar tanto en dólares como en nuevos soles. Los niveles de pobreza y desempleo han disminuido notablemente en la ultima decada lo que dio como consecuencia su gran avance en relación a la región.

Perú ha firmado varios tratados de libre comercio lo que cubren el 95% de sus exportaciones; los acuerdos más relevantes son con Estados Unidos, China, Tailandia, la Unión Europea, Uruguay entre varios otros. Es miembro del foro APEC, es miembro de la CAN y de la ALADI.

Características del sector¹

Un promedio de 3 millones y medio de toneladas de arroz cáscara y de excelente calidad produce el Perú al año, pero a pesar de ello, el país no es autosuficiente para la demanda que tiene.

Este producto es fuertemente demandado a nivel interno con una baja rentabilidad del productor arrocero nacional, lo cual lleva como consecuencia que Perú importe grandes cantidades (el consumo per cápita anual es de 60 kg).

El arroz muestra un gran crecimiento de valor de venta del 9%.

¹ Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a Euromonitor

El mismo se consume a diario en casi todos los hogares peruanos, en todo los niveles socioeconómicos; principalmente el arroz blanco.

Su bajo precio impulsa a los consumidores puesto que el arroz es un alimento nutritivo y menos costoso que por ejemplo la carne o el pescado.

Costeño alimentos S.A (propiedad brasilera) cuyas tres marcas absorben el 75% de las ventas al por menor las cuales son Costeño, Paisana y Hoja Redonda. El paquete de 5kg es el habitual dentro de los consumidores.

Se espera que sus ventas aumenten debido a que es un producto que se encuentra en los platos tradiciones peruanos y tiende a crear la sensación de estar lleno; por lo que se sirve en grandes cantidades.

Intercambio comercial de Perú con el mundo

En cuanto al intercambio comercial podemos observar que Perú es un gran importador de arroz ya que a lo largo de los últimos cuatro años el volumen de las importaciones supero ampliamente las exportaciones; éstas últimas alcanzaron su mayor punto de venta en el 2012 y 2013 concentrándose hacia el país colombiano; sin embargo, tanto para el 2014 como 2015 no se han registrado exportaciones hacia tal país lo que generó tal caída.

Como podemos ver en el grafico los volúmenes de venta exportado han variado en demasía a través de los años; particularmente podemos observar con respecto al 2014 hubo un crecimiento de 31,1%. Quien concentro la mayoría de las exportaciones peruanas fue Chile con una participación de casi el 55%; siendo las principales empresas chilenas importadoras IMP. Y COM. GRUPO AMAZONAS LTD y FLOR EUGENIA AGUILAR RUIZ con una participación del 86,7% y 13% respectivamente.

Tabla Nº 1- Exportaciones peruanas de arroz (NCM 1006). Años 2011-2015. (Miles US\$).

Importadores	2011	2012	2013	2014	2015	Part%2015
Chile	0	0	9	32	53	54,6%
Zona Nep	89	65	119	17	22	22,7%
Estados Unidos	17	2	1	6	17	17,5%
Canadá	0	11	5	3	6	6,2%
Colombia	416	6.917	22.001	0	0	0%
Total general	633	22.104	22.135	74	97	100%

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a Trade Map

En cuanto a las importaciones peruanas para el producto mencionado, las mismas se han mantenido contantes, teniendo para el 2012 el mayor punto de importación, con respecto al 2014 -2015 hubo un crecimiento de 4,6%; el país que concentro con amplia diferencia tales importaciones fue Uruguay con una participación de 68,2% (con 99 millones para el 2015).

Tabla Nº 2- Importaciones peruanas de arroz (NCM 1006). Años 2011-2015. (Millones US\$).

Exportadores	2011	2012	2013	2014	2015	Part%2015
Uruguay	92	125	98	106	99	68,2%
Brasil	7	19	11	21	32	21,8%
Tailandia	19	5	3	6	9	6,0%
Estados Unidos	0	0	0	6	4	2,6%
Paraguay	0	2	2	0	1	0,7%
Total general	133	166	122	139	145	100%

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a Trade Map

Intercambio comercial de Perú y Uruguay

Como mencionamos con anterioridad Uruguay no importa dicho producto del país pero si lo exporta e incluso es el país que absorbe los mayores volúmenes importados por Perú; con respecto a los últimos cinco años la variación fue positiva con el 12,3%.

Las exportaciones uruguayas han sido estables habiendo exportado en el 2012 el mayor volumen por una cantidad de 116 millones; en referencia al 2014-2015 hubo un crecimiento de éstas de un 2,6%.

Tabla Nº 3- Exportaciones uruguayas hacia Perú. Años 2010-2015 (Millones US\$).

NCM4	Descripción NCM4	2010	2011	2012	2013	2014	2015
1006	Arroz	52	91	116	93	90	92

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de la DNA

Para las exportaciones uruguayas de arroz hacia Perú la empresa que concentra la mayor participación es SAMAN con más del 50%.

Tabla Nº 4- Empresas uruguayas exportadoras a Perú. Año 2015. Datos en US\$ miles.

Empresa	Part%2015
S.A.M.A.N.	52,7%
CASARONE AGROINDUSTRIAL S.A.	18,2%
COOPAR S.A.	12,7%
GLENCORE S A	8,4%
ARROZAL "33" S.A.	3,6%
DAMBORIARENA ESCOSTEGUY S.R.L.	1,8%
FRONTERA COMERCIAL S R L	1,3%
LDC URUGUAY SA	0,7%
GANADERA SANTA MARIA LIMITADA	0,3%
SILVA MORAES GERARDO NEY	0,1%
Total general	100%

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a Penta Trasaction

Empresas importadoras peruanas

Dentro de las principales empresas peruanas importadoras podemos ubicar a la empresa Costeño Alimentos SAC con una participación del 34%, seguida por la empresa Comercial Isabelita SAC con una participación menor de 11%.

Tabla Nº 5- Principales empresas peruanas importadoras de arroz (NCM 1006). Año 2015.
Datos en US\$ miles.

Empresa importadora	Part%2015
COSTEÑO ALIMENTOS S.A.C.	34,0%
COMERCIAL ISABELITA S.A.C.	11,0%
INTERLOOM S.A.C.	6,6%
IC. ALEJANDRINA S.A.C.	5,3%
IMPORTADORA MISTI S.A.C.	4,3%
MOP TRADING S.A.C.	3,8%
CORPORACION HERMOD SOCIEDAD ANONIMA CERR	3,6%
SANTA ANA SELVA S.A.C.	2,5%
ADR PROVEEDORES S.A.C.	2,5%
SUCDEN PERU S.A.	2,3%
Total general	100%

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a Penta Transaction

Precio promedio de referencia

Tabla Nº 6- Precio promedio. Año 2015. Datos en US\$

NCM4	Descripción NCM4	Precio promedio
1006	Arroz	0,61

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a Penta Transaction

Principales puntos de ingreso a Perú

Perú tiene como punto principal de ingreso el puerto del Callao, ubicado en la costa central del Perú, en el Pacífico sur-oriental, situado en Lima Metropolitana. Es el principal puerto del país en tráfico y capacidad de almacenaje.

El segundo puerto más importante es el de Chimbote, ubicado en la Provincia de Santa, Ancash. Este puerto centra las operaciones de harina de pescado y productos agrícolas. Otro puerto importante es el de Tacna.

Para los productos que lleguen por vía aérea podemos encontrar el aeropuerto de Jorge Chávez que es el más importante del país ubicado a 12km del centro de Lima.

El arroz generalmente se comercializa vía marítima o carretera.

Para la partida arancelaria analizada 1006 podemos destacar el medio de transporte marítimo el cual concentra casi el 100% de las exportaciones uruguayas del producto hacia Perú.



Precios de fletes internacionales

Empresas de transporte internacional de mercadería entre Uruguay y Perú

Marítimo

Nombre de la empresa:	LOGISTICS INTERNATIONAL FREIGHT FORWARDER
Dirección:	Tiburcio Gómez 1329, suite 205
Ciudad:	Montevideo, Uruguay
Teléfono:	(00598) 26244955

Nombre de la empresa:	COSMOS AGENCIA MARÍTIMA
Dirección:	D. Jr. Mariscal Miller 450 piso 9
Ciudad:	Callao, Perú
Teléfono:	(51 1) 714 4444

Aéreo

Nombre de la empresa:	LAN Airlines
Dirección:	José Ellauri 343
Ciudad:	Montevideo, Uruguay
Teléfono:	(+598) 2712 5555

Nombre de la empresa:	Avianca
Dirección:	WTC – Luis Alberto de Herrera 1248, Torre 2 Oficina 9.
Ciudad:	Montevideo, Uruguay
Teléfono:	(+598) 2628 1234

Arancel

Un factor favorable para la colocación de productos uruguayos en el mercado peruano es el acuerdo de libre comercio entre el MERCOSUR y Perú (en la nomenclatura de ALADI, Acuerdo de Complementación Económica N° 58), el cual entró en vigencia en el año 2006. La conformación de una Zona de Libre Comercio se llevó a cabo a través de un programa de liberalización comercial con desgravaciones progresivas. El ACE 58 cuenta con listas y programas de desgravación diferentes entre las partes signatarias, que implican diferentes preferencias otorgadas entre los países. En el caso del intercambio bilateral entre Uruguay y Perú la desgravación será progresiva hasta el año 2017.

Programa de Liberación Comercial entre Uruguay y Perú.



Tabla Nº 7- Aranceles- Perú - Uruguay

NCM6	Descripción NCM6	Arancel
1006.10	Arroz con cáscara	0%
1006.20	Arroz descascarillado	0%
1006.30	Arroz semiblanqueado o blanqueado, incluso pulido o glaseado	0%
1006.40	Arroz partido	0%

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a Mac Map

Tributación²

La Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración tributaria establece requisitos que permiten el ingreso legal de mercancías provenientes del exterior; Declaración Única de Aduanas debidamente cancela o garantizada; fotocopia autenticada del documento de transporte; fotocopia autenticada de la factura, documento equivalente o contrato, fotocopia autenticada del seguro del medio de transporte; Autorización especial de Zona Primaria; otros documentos que se requieran.

Los tributos que gravan la importación o el tratamiento arancelario aplicable están en función de la clasificación dentro del Arancel de Aduanas de acuerdo a las sub partidas NANDIDA.

Los impuestos de importación se irá sumando: CIF + Ad valorem + impuestos selectivos.

La actual estructura arancelaria mantiene cuatro niveles arancelarios (0%, 4%, 6% y 11%).

Impuesto General de las Ventas 16% el cual grava la importación de todos los bienes; Impuesto de Promoción Municipal 2%; Impuesto Selectivo al Consumo para combustibles, vehículos, licores, cigarrillos, bebidas gasificadas, etc y el Impuesto a la percepción (es un IGV adelantado) en caso de ser la primera vez que se realiza una importación, el mismo será de un 10% sobre el valor CIF de la mercadería. En las subsiguientes importaciones, pasará a pagar un 3.5%. Por esta razón es recomendable que en la primera oportunidad se importe por poco valor, ya que la misma estaría gravada con ese 10% inicial.

Particularmente referidas al sector encontramos los Derechos Específicos- Sistema de Franja de Precios este tributo, el cual tiene la naturaleza de derecho arancelario, grava las importaciones de los productos agropecuarios tales como arroz, maíz amarillo, leche y azúcar (productos marcadores y vinculados), fijando derechos variables adicionales y rebajas arancelarias según los niveles de Precios Piso y Techo determinados en las Tablas Aduaneras.

Los derechos variables adicionales y las rebajas arancelarias se determinarán en base a las Tablas Aduaneras y a los Precios de Referencia vigentes a la fecha de numeración de la declaración de importación y se expresarán en dólares por tonelada.

² Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de SUNAT

En ningún caso las rebajas arancelarias excederán la suma que corresponda pagar al importador por derecho ad valorem correspondiente a cada producto.

Los derechos variables adicionales que resulten de la aplicación de lo dispuesto en el Sistema Franja de Precios, aprobado por el Decreto Supremo N° 115-2001-EF y modificatorias, sumados a los derechos ad valorem CIF no podrán exceder del 20% del valor CIF de la mercancía cuya supartida nacional está incluida en el Anexo 1 del Decreto Supremo N° 103-2015-EF, por cada serie de la declaración de importación.

Requisitos de acceso al mercado³

- Declaración Única de Aduanas debidamente cancelada o garantizada.
- Fotocopia autenticada del documento de transporte.
- Fotocopia autenticada de la factura, documento equivalente o contrato.
- Fotocopia autenticada o copia carbonada del comprobante de pago y fotocopia adicional de éste, cuando se efectúe transferencia de bienes antes de su nacionalización, salvo excepciones.
- Fotocopia autenticada del documento de seguro de transporte de las mercancías, cuando corresponda.
- Fotocopia autenticada del documento de autorización del sector competente para mercancías restringidas o declaración jurada suscrita por el representante legal del importador en los casos que la norma específica lo exija.
- Autorización Especial de Zona Primaria, cuando se opte por el despacho anticipado con descarga en el local del importador (código 04)
- Otros documentos que se requieran, conforme a las disposiciones específicas sobre la materia.
- La Declaración Andina de Valor (DAV), en los casos que sea exigible el formato B de la DUA.
- Lista de empaque o información técnica adicional.
- Volante de despacho, en caso de ser solicitado por la autoridad aduanera.

Ambiente de negocios⁴

Los peruanos tienen gran facilidad para relacionarse a la hora de los negocios con otros países, para ellos atender correctamente al extranjero es de suma relevancia no solo en el ámbito de negocios sino como costumbre social y de educación; asimismo también espera ser tratado de igual manera en el exterior.

Los peruanos no son rigurosos en relación a la puntualidad; hay que prever retrasos en las citas y no mostrarse enfadado por eso; lo que se conoce como “la hora peruana” (retraso de 30 minutos).

Propicia la confianza en los negocios, sostenida en la buena fe comercial. Afianza una relación comercial que puede prolongarse por años. Lealtad en los negocios en base a una sana

³ Fuente: SUNAT y Proecuador

⁴ Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a Proecuador y “Cómo negociar con éxito en 50 países”- Olegario Llamazares García-Lomas 3ª Edición.

“costumbre comercial”. Como varias culturas latinoamericanas suelen comenzar con un regateo el cual se inicia con una petición exagerada ya que pueden tener posiciones duras.

El empresario peruano en general habla de todos los temas sin reticencia; se puede conversar de política nacional e internacional, de su gastronomía, su cultura o lugares de interés en Perú ya que son muy orgullosos de su país; éstos temas pueden ser tratados antes o después de las negociaciones.

Las citas de negocios suelen ser de 9 a 12 hs y las tarjetas de presentación se intercambian antes de la reunión y deben ser leídas en el momento.

El empresario peruano suele vestirse de saco y corbata, la forma es muy importante ya que lo consideran como algo sustancial para complementar la negociación.

Etiquetado⁵

Lo establecido por la autoridad sanitaria DIGESA

Cualquier material escrito, impreso o gráfico que contiene la etiqueta, acompaña al alimento o se expone cerca del alimento, incluso el que tiene por objeto fomentar su venta o colocación.

Todo alimento y bebida, para efectos de su comercialización, deberá estar rotulado con arreglo a lo que dispone el reglamento.

Sólo están sujetos a Registro Sanitario los alimentos y bebidas industrializados que se comercializan en el país.

Para efectos del Registro Sanitario, se considera alimento o bebida industrializado al producto final destinado al consumo humano, obtenido por transformación física, química o biológica de insumos de origen vegetal, animal o mineral y que contiene aditivos alimentarios.

Alimentos y Bebidas que no requieren de Registro Sanitario:

- Los alimentos y bebidas en estado natural, estén o no envasados para su comercialización, como granos, frutas, hortalizas, carnes y huevos, entre otros.
- Las muestras sin valor comercial.
- Los productos donados por entidades extranjeras para fines benéficos.

⁵ Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a DIGESA

Almacenes generales de depósito⁶

Los Almacenes Generales de Depósito se constituyen como sociedades anónimas y su objeto social principal es el desarrollo de la actividad de almacenamiento de bienes, estando autorizados a realizar las operaciones y servicios señalados a continuación:

- a) Recibir bienes en almacenamiento.
- b) Emitir Certificados de Depósito y Warrants conforme las disposiciones de la Ley de Títulos Valores, Ley N° 27287 y las disposiciones emitidas por la Superintendencia.
- c) Establecerse y operar como Depósito Aduanero Autorizado, previo cumplimiento de los requisitos legales exigidos por las normas especiales sobre la materia.
- d) Inspección de prendas agrícolas o industriales.
- e) Inventario de Bienes.
- f) Servicio de pesaje.
- g) Transporte o distribución de bienes por cuenta de sus clientes.
- h) Manipuleo de carga.
- i) Otros servicios vinculados a la actividad de almacenamiento.

Los establecimientos de esta naturaleza que se encuentran bajo la vigilancia de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP de la República del Perú se con la denominación de Almacenes Generales de Depósito son: Alma Perú S.A, Cía. Almacenera S.A CASA, Depósitos S.A y Almacenes Financieros S.A.

Canales de distribución⁷

En Perú ubicamos dos tipos de canales de distribución:

Por un lado las cadenas de supermercado modernas donde encontramos los supermercados e hipermercados; el canal moderno, cadenas de supermercados es el canal de distribución típico a la hora de consumir el arroz, para el 2015 no se efectuaron campañas de publicidad para el producto.

Y por otro lado los comercios minoristas tradicionales donde tenemos a las tiendas pequeñas independientes.

El mercado mayorista de Santa Anita concentra gran parte de las ventas en Lima, bajo la administración de empresas privadas.

Induamerica es considerado por los supermercados como uno de los tres grandes comercializadores de arroz en el Perú.

⁶Fuente: Reglamento de los Almacenes Generales de Depósito, Resolución SBS N°040-2002: <https://www.depsa.com.pe/legislacion/regalmgendep.pdf>

⁷ Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a Euromonitor

Ferias internacionales

Las ferias internacionales son uno de los elementos de mercadotecnia más completos para la promoción de las empresas y sus productos en el exterior. Esta herramienta no solo permite a las empresas exponer sus productos, encontrar a los principales actores de su sector y medir la actuación de su competencia; sino que también hace posible que las empresas conozcan las principales novedades de su sector y actualicen sus conocimientos a través de seminarios y talleres realizados en el marco de la feria. Las alternativas de participación varían de acuerdo a la estrategia y grado de inversión de las empresas, pudiendo realizar una visita de prospección, o bien, participar en forma de expositor.

Participar de ferias internacionales es una oportunidad única para tener contacto directo con importadores, distribuidores, mayoristas y líderes de opinión, dando a conocer una marca frente a miles de visitantes. Constituye uno de los elementos fundamentales para la promoción de una empresa y sus productos o servicios en el exterior, al tiempo que fomenta la concreción de negocios y el acceso directo a información sobre el sector.

- Exporalimentaria
Fecha: 28/9-30/9/2016
Lugar: Lima, Perú
Tema: Alimentos y bebidas

Páginas web de interés

- Banco Central De Reserva Del Perú (BCRP), www.bcrp.gob.pe
- Ministerio De Comercio Exterior y Turismo - (MINCETUR). www.mincetur.gob.pe
- Ministerio De Economía Y Finanzas Del Perú, www.mef.gob.pe
- Cámara De Comercio De Lima – CCL, www.camaralima.org.pe
- Sociedad De Comercio Exterior Del Perú - (COMEX), www.comexperu.org.pe
- Superintendencia Nacional De Administración Tributaria Del Perú – SUNAT, www.sunat.gob.pe
- Situación Arancelaria, Acuerdos Comerciales – Desgravaciones, Estadísticas De Importación Y Exportación, Acceso Mercado: www.aduanet.gob.pe
- Instituto Nacional De Defensa De La Competencia Y De La Protección De La Propiedad Intelectual (INDECOPI), www.indecopi.gob.pe
- Servicio Nacional De Sanidad Agraria (SENASA) www.senasa.gob.pe
- Dirección General De Salud Ambiental (DIGESA), www.digesa.minsa.gob.pe
- Sociedad Nacional De Industrias (SNI), www.sni.org.pe
- Instituto Nacional De Estadística e Informática (INEI) www.inei.gob.pe



Uruguay XXI
PROMOCIÓN DE INVERSIONES
Y EXPORTACIONES

Rincón 518/528 - CP 11000

Tel.: +598 2915 3838

Montevideo - Uruguay

info@uruguayxxi.gub.uy

www.uruguayxxi.gub.uy

  Uruguay XXI